



NASKAH PUBLIKASI ILMIAH

**PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA DALAM SISTEM PENGAJARAN
MENGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN CSI
(Studi Kasus: Jurusan X Universitas Y)**



**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Diajukan oleh:
Agus Cahyono
D 600.080.040**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2013





HALAMAN PENGESAHAN

**PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA DALAM SISTEM PENGAJARAN
MENGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN CSI
(Studi Kasus: Jurusan X Universitas Y)**

Naskah Publikasi Tugas Akhir ini telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi S-1 untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hari :

Tanggal :

Disusun oleh:

Nama : Agus Cahyono

NIM : D600.080.040

Jur / Fak : Teknik Industri / Teknik

Mengesahkan:

Pembimbing I

(Siti Nandiroh, ST, M.Eng)

Pembimbing II

(Ir. Muhammad Musrofi)





HALAMAN PERSETUJUAN

Naskah Publikasi Tugas Akhir dengan judul PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA DALAM SISTEM PENGAJARAN MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN CSI (Studi Kasus: Jurusan X Universitas Y) telah diuji dan dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Tugas Akhir sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hari :

Tanggal :

Menyetujui,

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Siti Nandiroh, ST, M.Eng

2. Ir. Muhammad Musrofi

3. Hafidh Munawir, ST, M.Eng

4. Muchammad Djunaidi, ST, MT

Mengetahui:


Dekan Fakultas Teknik

(Ir. Agus Riyanto, MT)

Ketua Jurusan Teknik Industri


(Hafidh Munawir, ST, M.Eng)





PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Naskah Publikasi Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, Maret 2013

Agus Cahyono





**PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA DALAM SISTEM PENGAJARAN
MENGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN CSI
(Studi Kasus: Jurusan X Universitas Y)**

¹Agus Cahyono

²Siti Nandiroh, ²Muhammad Musrofi

¹Mahasiswa Teknik Industri UMS, ²Dosen Teknik Industri UMS

acfreedom.08@gmail.com, stnandiroh@rocketmail.com, mmrofi@gmail.com

Jl. Ahmad Yani Tromol Pos 1 Pabelan Surakarta

Telp (0271) 717417 ext 237

ABTRAKSI

Keadaan persaingan yang cukup kompetitif antar perguruan tinggi menuntut lembaga pendidikan memperhatikan mutu pendidikan dan kelembagaan sehingga nantinya dapat bersaing dan unggul dalam persaingan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan adanya pemahaman tentang apa yang diinginkan oleh konsumen, dengan mengembangkan komitmen setiap orang yang ada dalam lembaga untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar tercapai tingkat kepuasan yang tinggi.

Tujuan dari penelitian yaitu mengetahui variabel-variabel yang dapat digunakan untuk melakukan pengukuran kualitas pelayanan jasa dan mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan jasa dalam sistem pengajaran di Jurusan X Universitas Y. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode *ServQual* (*Service Quality*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 57 variabel dalam penelitian adalah reliabel dan valid, sehingga dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan jasa dan tingkat kepuasan mahasiswa di Jurusan X Universitas Y. Kualitas pelayanan jasa di Jurusan X Universitas Y lebih baik dibandingkan dengan di universitas pembanding walaupun masih ada yang perlu dilakukan perbaikan, terutama pada dimensi *Tangibles* (Keadaan Fisik). Jurusan X Universitas Y lebih baik dalam memberikan kepuasan pelayanan jasa kepada mahasiswa dibandingkan dengan universitas pembanding. Hal itu dapat dilihat dari nilai *Customer Satisfaction Index* pada Jurusan X yang lebih besar daripada universitas pembanding yaitu $71,25\% > 66\%$.

Kata kunci: *Customer Satisfaction Index*, Kualitas Pelayanan Jasa, Metode *Service Quality*.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Keadaan persaingan yang cukup kompetitif antar perguruan tinggi menuntut lembaga pendidikan memperhatikan mutu pendidikan dan kelembagaan sehingga nantinya dapat bersaing dan unggul dalam persaingan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan adanya pemahaman tentang apa yang diinginkan oleh konsumen, dengan mengembangkan komitmen setiap orang yang ada dalam lembaga untuk memenuhi

kebutuhan konsumen agar tercapai tingkat kepuasan yang tinggi. Universitas Y memiliki beberapa Fakultas dan Jurusan yang menjadi fondasi utama. X merupakan salah satu Jurusan yang ada di Universitas Y. Sampai saat ini, Jurusan X telah melakukan beberapa perbaikan terhadap pelayanan jasa yang diberikan kepada mahasiswanya seperti fasilitas kelas dan fasilitas laboratorium. Akan tetapi pihak jurusan sendiri belum mengetahui puas atau tidaknya mahasiswa terhadap





kualitas pelayanan jasa yang telah diberikan pihak Jurusan kepada mahasiswanya.

2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan memenuhi kebutuhan untuk menjawab permasalahan yang telah disebutkan pada perumusan masalah diatas. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui variabel-variabel yang dapat digunakan untuk melakukan pengukuran kualitas pelayanan jasa dalam pengajaran di Jurusan X Universitas Y berdasarkan lima dimensi *ServQual*.
2. Mengetahui kualitas pelayanan jasa dalam sistem pengajaran di Jurusan X Universitas Y.
3. Mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan jasa dalam sistem pengajaran yang diberikan oleh pihak Jurusan X Universitas Y.

LANDASAN TEORI

1. Kualitas Jasa

a. Definisi Kualitas Jasa

Lewis & Booms (Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, 2011) mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan (*perceived service*). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas jasa bersangkutan akan dipersepsikan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih

jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

b. Dimensi Kualitas Jasa

Melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industri jasa, Parasuraman, Zeithaml dan Berry (Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, 2011) berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa yaitu reliabilitas, responsivitas, kompetensi, akses, kesopanan (*courtesy*), komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik (*tangibles*).

Dalam riset selanjutnya, Parasuraman, Zeithaml dan Berry (Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, 2011) menemukan adanya *overlapping* di antara beberapa dimensi di atas. Oleh sebab itu, mereka menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi dan kemampuan memahami pelanggan diintegrasikan menjadi empati (*empathy*). Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

- 1) Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesiadaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan





diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

- 3) Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- 4) Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- 5) Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

c. Kesenjangan (*Gap*) Kualitas Jasa

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan terhadap beberapa industri jasa, Parasuraman, Zeithaml dan Berry mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa. Kelima kesenjangan itu adalah sebagai berikut:

- 1) *Gap 1*. Kesenjangan Antara Harapan Konsumen dan Persepsi Manajemen. Manajemen tidak selalu memahami benar apa yang diinginkan pelanggan.
- 2) *Gap 2*. Kesenjangan Antara Persepsi Manajemen dan Spesifikasi Kualitas Jasa. Manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
- 3) *Gap 3*. Kesenjangan Antara Spesifikasi Kualitas Jasa dan Penyampaian Jasa.

Para personil mungkin tidak terlatih baik atau bekerja melampaui batas dan tidak mampu atau tidak bersedia memenuhi standar.

- 4) *Gap 4*. Kesenjangan Antara Penyampaian Jasa dan Komunikasi Eksternal.

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil-wakil dan iklan perusahaan.

- 5) *Gap 5*. Kesenjangan Antara Jasa Yang Dialami dan Jasa Yang Diharapkan.

Kesenjangan ini terjadi bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa.

2. Sistem Pengajaran

Pendekatan sistem pengajaran mengandung dua aspek, yakni aspek filosofis dan aspek proses. Aspek filosofis adalah pandangan hidup yang mendasari sikap perancang sistem yang terarah pada kenyataan, intinya sistem filosofis ini merupakan kumpulan dari sejumlah komponen, yang saling berinteraksi dan saling bergantung satu sama lain. Sedangkan, aspek proses adalah suatu proses dan suatu perangkat konseptual.

Sistem pengajaran adalah kombinasi terorganisasi yang meliputi unsur-unsur manusiawi, material, fasilitas, perlengkapan, dan prosedur yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan. Unsur manusiawi dalam sistem pembelajaran adalah siswa, guru/pengajar, pustakawan, laboran, tenaga administrasi serta orang-orang yang mendukung terhadap keberhasilan proses pembelajaran. Unsur material adalah berbagai bahan pelajaran yang dapat disajikan sebagai sumber belajar, misalnya buku-buku, film, *slide*, foto, CD, dan lain sebagainya. Unsur fasilitas dan perlengkapan adalah segala sesuatu yang dapat mendukung terhadap jalannya proses pembelajaran, misalnya ruang kelas, penerangan, perlengkapan komputer,





audio visual, dan lain sebagainya. Unsur prosedur adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam proses pembelajaran misalnya strategi dan metode pembelajaran, jadwal pembelajaran, pelaksanaan evaluasi dan lain sebagainya.

Berdasarkan rumusan di atas terdapat tiga ciri khas dalam sistem pengajaran yaitu rencana, saling ketergantungan dan tujuan. Tujuan utama dalam sistem pengajaran adalah siswa yang belajar. Tugas seorang perancang sistem adalah mengorganisasi orang, material, fasilitas, perlengkapan dan prosedur agar siswa belajar secara efektif dan efisien.

3. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2005) adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Konsumen merasa puas jika harapan mereka terpenuhi, dan merasa sangat gembira jika harapan mereka terlampaui. Kepuasan konsumen muncul dari dalam hati konsumen dengan perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapannya. Jika kinerja berada memenuhi harapan maka pelanggan puas tetapi jika kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen tidak puas.

Menurut Rangkuti (2003), kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi yaitu *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangible*.

b. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2000), terdapat alat untuk mengukur kepuasan konsumen berkisar dari yang primitif sampai yang canggih dengan menggunakan beberapa metode berikut ini, yaitu:

1) Sistem keluhan dan saran

Media yang digunakan dapat berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, *website* dan lain-lain.

2) Survei kepuasan konsumen

Wawancara langsung dengan melakukan survei, dimana akan terlihat dan mendengar sendiri bagaimana tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

3) Pembelanjaan siluman (*Ghost Shopping*)

Seseorang yang diberi tugas atau *manager* sendiri turun berperan sebagai pelanggan potensial dan melaporkan berbagai temuan penting baik terhadap karyawan sendiri maupun para pelanggan.

4) Analisis konsumen yang hilang (*Lost Customer Analysis*)

Dengan menghubungi kembali konsumen yang beralih kepada produk pada perusahaan yang lain.

4. Reliabilitas

Kata reliabilitas dalam bahasa Indonesia yang digunakan saat ini, sebenarnya diambil dari kata *reliability* dalam bahasa Inggris dan berasal dari kata *reliable* yang artinya dapat dipercaya, keajegan, konsisten, keandalan, kestabilan. Suatu tes dapat dikatakan reliabel jika tes tersebut menunjukkan hasil yang dapat dipercaya dan tidak bertentangan.

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama





akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Dalam uji reliabilitas, rumus yang sering digunakan adalah rumus koefisien *Alpha* atau *Alpha Cronbach*. Rumus dapat dilihat dibawah ini.

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana:

r = Koefisien reliabilitas instrumen (cronbach alpha)

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Total varians butir

σ_t^2 = Total varians

Untuk menentukan keeratan hubungan dari perhitungan koefisien reliabilitas diatas, digunakan kriteria Guilford dan Benjamin (1978), yaitu:

Tabel 1. Kriteria Korelasi Koefisien Reliabilitas

Interval Koefisien	Kriteria Hubungan
< 0,2	Hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan
0,2 - 0,39	Hubungan yang kecil (tidak erat)
0,4 - 0,69	Hubungan cukup erat
0,7 - 0,89	Hubungan yang erat (reliabel)
0,9 - 0,99	Hubungan sangat erat (sangat reliabel)
1	Hubungan yang sempurna

5. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti (Bilson Simamora, 2004). Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak di ukur.

Teknik untuk mengukur validitas kuesioner adalah dengan menghitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total, memakai

rumus korelasi *pearson product moment*, sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

6. Metode Service Quality (ServQual)

a. Definisi Service Quality

Service quality dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang diterima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan (Soetjipto, 1997).

Menurut Parasuraman (Soetjipto, 1997) : *Service Quality* didefinisikan merupakan harapan sebagai keinginan para pelanggan ketimbangan layanan yang mungkin diberikan perusahaan. Fitzsimmons & Fitzsimmons (dalam Soetjipto, 1997), menyatakan bahwa *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima/peroleh dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu. Sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan kurang bermutu, apabila kenyataan sama dengan yang diharapkan maka layanan dikatakan memuaskan.

b. Pengukuran Service Quality

Pengukuran kualitas jasa dalam model *SERVQUAL* didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta kesenjangan diantara keduanya pada lima dimensi utama kualitas jasa (kehandalan, cepat tanggap, kepastian, empati dan bukti fisik). Kelima dimensi utama tersebut dijabarkan kedalam 22 atribut rinci dibawah ini.





Evaluasi kualitas jasa menggunakan model *SERVQUAL* mencakup perbedaan diantara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pernyataan yang berkaitan dengan harapan dan persepsi (jasa yang diterima oleh pelanggan). Menurut Zeithaml, et al., (Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, 2011), skor *SERVQUAL* untuk setiap pernyataan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut:

Skor *SERVQUAL* = Skor Persepsi - Skor Harapan

7. Model Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction index adalah metode pengukuran untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas pelayanan jasa yang diukur. Hasil dari pengukuran CSI ini dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran terhadap peningkatan pelayanan kepada pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2012) terdapat beberapa langkah untuk mengetahui besarnya CSI, langkah-langkah tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Menentukan *Mean Importance Score* (MIS)

$$MIS_i = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Dimana: n = Jumlah responden

Y_i = Nilai harapan atribut Y ke-i

- Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

$$MSS_i = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Dimana: n = Jumlah responden

X_i = Nilai harapan atribut X ke-i

- Membuat *Weight Factor* (WF)

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i}$$

Dimana: p = Atribut kepentingan ke-p

- Membuat *Weight Score* (WS)

$$WS_i = WF_i \times MSS_i$$

- Menentukan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\%$$

Dimana: p = Atribut kepentingan ke-p

HS = Skala maksimum yang digunakan.

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan konsumen. Adapun kriterianya berdasarkan Aditiawarman dalam Aminah, dkk (Farizaliandy Krisna, 2010), dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 2. Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,00-0,34	Tidak Puas
0,35-0,50	Kurang Puas
0,51-0,65	Cukup Puas
0,66-0,80	Puas
0,81-1,00	Sangat Puas

METODOLOGI PENELITIAN

1. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jurusan X Universitas Y yang merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di Jawa Tengah, Indonesia. Untuk karakteristik responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

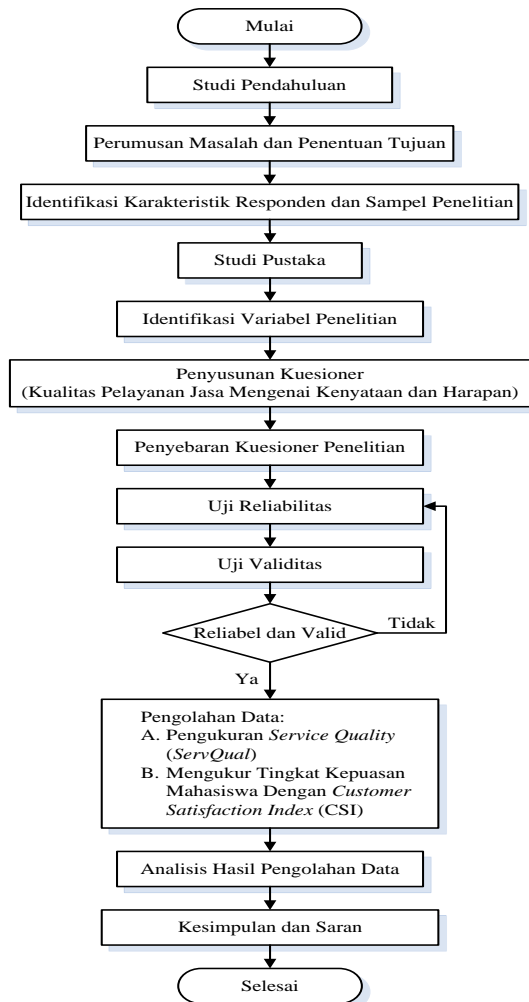
Tabel 3. Karakteristik Responden Yang Digunakan Dalam Penelitian

Tahun Angkatan	Jumlah	
	Pria	Wanita
2008	30	4
2009	26	10
2010	26	14
Total	82	28





2. Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian penting dalam suatu penelitian, karena tanpa adanya data, penelitian tidak bisa dilakukan. Pada tahap ini dilakukan penyebaran kuesioner terhadap 110 responden. Kuesioner penelitian terdiri dari 57 variabel pertanyaan.

2. Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Service Quality* dan *Customer Satisfaction Index*. Akan tetapi, pengolahan data dengan kedua metode tersebut mengharuskan data yang digunakan merupakan data yang reliabel dan valid. Jadi, sebelum melakukan

pengolahan data lebih lanjut, data tersebut terlebih dahulu di uji tingkat reliabilitas dan validitasnya.

a. Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Dalam Uji Reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode *Cronbach Alpha* dalam perhitungannya. Setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan *software SPSS 16*, didapatkan hasil seperti dibawah ini.

Tabel 4. Koefisien Reliabilitas Gap 5

Kriteria	<i>Cronbach's Alpha</i>	Reliabilitas
Kenyataan Pelayanan	0.955	Sangat Reliabel
Harapan Konsumen	0.969	Sangat Reliabel

Untuk mengetahui tingkat reliabilitas data, dapat dilihat pada tabel 1. Berdasarkan tabel 1, kedua koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* diatas berada pada *range* 0,9 - 0,99 dan kedua koefisien tersebut dikategorikan "Sangat Reliabel".

b. Validitas

Setelah dilakukan uji reliabilitas dan hasilnya menyatakan bahwa instrumen tersebut reliabel, maka selanjutnya dilakukan uji validitas. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti. Untuk mengetahui hasil pengolahan data dengan menggunakan *software SPSS 16*, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Var	r hit kenyataan	r hit harapan	r tabel	Ket
1	0.556	0.535	0.187	Valid
2	0.413	0.490	0.187	Valid
3	0.362	0.548	0.187	Valid





4	0.453	0.403	0.187	Valid
5	0.368	0.351	0.187	Valid
6	0.328	0.383	0.187	Valid
7	0.361	0.591	0.187	Valid
8	0.406	0.570	0.187	Valid
9	0.628	0.450	0.187	Valid
10	0.458	0.562	0.187	Valid
11	0.590	0.571	0.187	Valid
12	0.485	0.635	0.187	Valid
13	0.443	0.578	0.187	Valid
14	0.500	0.641	0.187	Valid
15	0.560	0.685	0.187	Valid
16	0.645	0.540	0.187	Valid
17	0.653	0.644	0.187	Valid
18	0.532	0.540	0.187	Valid
19	0.617	0.607	0.187	Valid
20	0.353	0.626	0.187	Valid
21	0.727	0.639	0.187	Valid
22	0.629	0.604	0.187	Valid
23	0.604	0.579	0.187	Valid
24	0.626	0.522	0.187	Valid
25	0.426	0.646	0.187	Valid
26	0.603	0.616	0.187	Valid
27	0.656	0.620	0.187	Valid
28	0.530	0.617	0.187	Valid
29	0.542	0.631	0.187	Valid
30	0.492	0.580	0.187	Valid
31	0.519	0.639	0.187	Valid
32	0.530	0.651	0.187	Valid
33	0.646	0.721	0.187	Valid
34	0.434	0.678	0.187	Valid
35	0.629	0.674	0.187	Valid
36	0.596	0.600	0.187	Valid
37	0.465	0.622	0.187	Valid
38	0.620	0.709	0.187	Valid
39	0.629	0.674	0.187	Valid
40	0.525	0.644	0.187	Valid
41	0.590	0.657	0.187	Valid
42	0.678	0.654	0.187	Valid
43	0.570	0.650	0.187	Valid
44	0.722	0.561	0.187	Valid
45	0.506	0.733	0.187	Valid
46	0.519	0.728	0.187	Valid
47	0.606	0.656	0.187	Valid
48	0.513	0.593	0.187	Valid
49	0.569	0.705	0.187	Valid
50	0.508	0.656	0.187	Valid
51	0.644	0.593	0.187	Valid
52	0.514	0.572	0.187	Valid
53	0.506	0.620	0.187	Valid
54	0.401	0.633	0.187	Valid
55	0.515	0.625	0.187	Valid
56	0.480	0.663	0.187	Valid
57	0.580	0.655	0.187	Valid

Berdasarkan hasil pengolahan diatas, didapatkan hasil yang reliabel dan valid. Sehingga pengolahan data selanjutnya

menggunakan metode *ServQual* dan *Customer Satisfaction Index* telah dapat dilakukan.

c. Service Quality Gap 5

Untuk mengetahui nilai *service quality*, terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan. Langkah-langkah tersebut dapat dilihat berikut ini.

Langkah 1.

Membuat rekapitulasi data berdasarkan hasil penyebaran kuesioner. Rekapitulasi data dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 6. Frekuensi Jawaban Responden

Var	Kenyataan					Harapan				
	STB	TB	CB	B	SB	STP	TP	CP	P	SP
1		5	23	62	20			10	50	50
2		5	48	48	9			19	54	37
3		4	28	55	23		1	11	54	44
4	1	11	48	40	10			14	58	38
5		16	44	38	12			17	50	43
6	5	35	30	28	12			15	56	39
7	2	22	57	27	2			5	49	56
8	3	32	43	29	3			7	53	50
9	5	23	47	32	3			7	49	54
10	1	15	45	43	6		1	9	47	53
11	2	16	52	38	2			9	70	31
12		4	36	68	2			12	71	27
13	2	4	33	59	12		1	9	44	56
14	1	10	51	44	4		1	19	55	35
15	3	10	52	37	8		1	20	55	34
16		2	29	60	19			4	50	56
17		2	16	69	23			5	51	54
18	1	5	27	62	15			11	60	39
19		1	24	64	21			8	56	46
20	1	1	20	66	22			8	52	50
21	2	6	55	40	7			11	55	44
22	2	8	57	35	8		1	6	55	48
23		6	57	42	5			9	51	50
24		6	52	43	9			16	67	27
25		2	20	57	31			9	51	50
26	3	9	33	52	13			8	60	42
27	3	16	49	35	7			12	49	49
28	1	12	50	42	5			13	50	47
29		13	53	35	9			16	44	50
30	1	7	41	54	7			10	49	51
31		1	32	59	18			9	62	39
32		3	34	56	17			13	58	39
33		7	46	51	6		1	13	63	33
34		2	29	63	16			14	60	36
35	5	9	46	42	8			13	58	39
36		6	42	55	7			6	58	46
37		4	51	41	14			10	54	46
38	1	6	52	45	6			17	60	33
39	1	10	60	31	8			10	62	38
40		5	33	56	16			13	62	35
41	2	8	41	50	9			16	53	41
42		9	45	46	10			7	52	51
43		6	31	62	11			10	54	46
44		8	40	48	14			11	51	48
45	3	11	43	44	9			13	63	34
46	3	16	51	34	6			19	58	33
47		1	36	54	19			15	54	41
48		5	39	51	15			12	60	38
49		5	32	65	8		1	21	57	31
50		5	30	58	17			15	59	36
51		10	35	53	12			17	50	43
52	1	1	21	60	27			10	54	46
53	1	4	45	48	12			15	62	33
54		5	42	53	10			10	70	30
55	1	8	44	48	9		1	15	55	39
56		5	21	62	22		1	16	53	40
57	3	8	42	43	14			13	65	32

Data diatas merupakan data hasil dari penyebaran kuesioner terhadap 110 responden.

Langkah 2.

Membuat perhitungan nilai *gap 5* berdasarkan 5 (lima) dimensi *service quality*. Lima dimensi tersebut meliputi *tangibles* (keadaan fisik), *reliability*





(keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 7. Nilai Gap 5 Berdasarkan 5 Dimensi *ServQual*

Dimensi <i>ServQual</i>	Var	$\sum x_i$	$\sum y_i$	Skor Kenyataan	Skor Harapan	Nilai Gap 5
<i>Tangibles</i> (Keadaan Fisik)	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15	50,84	64,13	3,39	4,28	-0,89
<i>Reliability</i> (Keandalan)	16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30	54,40	65,05	3,63	4,34	-0,71
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	31, 32, 33, 34, 35	18,35	21,11	3,67	4,22	-0,55
<i>Assurance</i> (Jaminan)	36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46	38,66	46,90	3,51	4,26	-0,75
<i>Empathy</i> (Empati)	47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57	40,78	46,22	3,71	4,20	-0,49

d. Customer Satisfaction Index Pelayanan Jasa

Tahap akhir dari pengolahan data penelitian ini yaitu mengukur tingkat kepuasan konsumen (mahasiswa) dengan membuat *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil pengolahan data untuk perhitungan CSI dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 8. Nilai Customer Satisfaction Index (CSI)

Var	Nilai Kenyataan		Nilai Harapan		Nilai Weight Factor (WF)	Nilai Weight Score (WS)	Nilai CSI
	$\sum x_i$	Nilai MSSi	$\sum x_i$	Nilai MHSi			
1	427	3,88	480	4,36	0,018	0,07	71,25%
2	391	3,55	458	4,16	0,017	0,06	
3	427	3,88	471	4,28	0,018	0,07	
4	377	3,43	464	4,22	0,017	0,06	
5	376	3,42	466	4,24	0,017	0,06	
6	337	3,06	464	4,22	0,017	0,05	
7	335	3,05	491	4,46	0,018	0,06	
8	327	2,97	483	4,39	0,018	0,05	
9	335	3,05	487	4,43	0,018	0,06	
10	368	3,35	482	4,38	0,018	0,06	
11	352	3,20	462	4,20	0,017	0,06	
12	398	3,62	455	4,14	0,017	0,06	
13	405	3,68	485	4,41	0,018	0,07	
14	370	3,36	454	4,13	0,017	0,06	
15	367	3,34	452	4,11	0,017	0,06	
16	426	3,87	492	4,47	0,018	0,07	
17	443	4,03	489	4,45	0,018	0,07	
18	415	3,77	468	4,25	0,017	0,07	
19	435	3,95	478	4,35	0,018	0,07	
20	437	3,97	482	4,38	0,018	0,07	
21	374	3,40	473	4,30	0,018	0,06	
22	369	3,35	480	4,36	0,018	0,06	
23	376	3,42	481	4,37	0,018	0,06	
24	385	3,50	451	4,10	0,017	0,06	
25	447	4,06	481	4,37	0,018	0,07	
26	393	3,57	474	4,31	0,018	0,06	
27	357	3,25	477	4,34	0,018	0,06	
28	368	3,35	474	4,31	0,018	0,06	
29	370	3,36	474	4,31	0,018	0,06	
30	389	3,54	481	4,37	0,018	0,06	
31	424	3,85	470	4,27	0,018	0,07	
32	417	3,79	466	4,24	0,017	0,07	
33	386	3,51	458	4,16	0,017	0,06	
34	423	3,85	462	4,20	0,017	0,07	
35	369	3,35	466	4,24	0,017	0,06	
36	393	3,57	480	4,36	0,018	0,06	
37	395	3,59	476	4,33	0,018	0,06	
38	379	3,45	456	4,15	0,017	0,06	
39	365	3,32	468	4,25	0,017	0,06	
40	413	3,75	462	4,20	0,017	0,06	
41	386	3,51	465	4,23	0,017	0,06	
42	387	3,52	484	4,40	0,018	0,06	

43	408	3,71	476	4,33	0,018	0,07	71,25%
44	398	3,62	477	4,34	0,018	0,06	
45	375	3,41	461	4,19	0,017	0,06	
46	354	3,22	454	4,13	0,017	0,05	
47	421	3,83	466	4,24	0,017	0,07	
48	406	3,69	466	4,24	0,017	0,06	
49	406	3,69	448	4,07	0,017	0,06	
50	417	3,79	461	4,19	0,017	0,07	
51	397	3,61	466	4,24	0,017	0,06	
52	441	4,01	476	4,33	0,018	0,07	
53	396	3,60	458	4,16	0,017	0,06	
54	398	3,62	460	4,18	0,017	0,06	
55	386	3,51	462	4,20	0,017	0,06	
56	431	3,92	462	4,20	0,017	0,07	
57	387	3,52	459	4,17	0,017	0,06	
Jumlah				239,04		3,49	

3. Analisis

a. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa

➤ Jurusan X Universitas Y

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Jurusan X Universitas Y, didapatkan hasil untuk pengolahan data kualitas pelayanan jasa seperti tabel 9 berikut ini.

Tabel 9. Urutan Gap 5 Tiap Dimensi (Jurusan X)

Dimensi <i>ServQual</i>	Variabel Pertanyaan	Nilai Gap 5
<i>Empathy</i> (Empati)	47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57	-0,49
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	31, 32, 33, 34, 35	-0,55
<i>Reliability</i> (Keandalan)	16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30	-0,71
<i>Assurance</i> (Jaminan)	36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46	-0,75
<i>Tangibles</i> (Keadaan Fisik)	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15	-0,89

➤ Fakultas β Salah Satu Universitas di Jawa Barat

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Fakultas β Salah Satu Universitas di Jawa Barat oleh Farizaliandy Krisna pada tahun 2010 terhadap 347 responden, didapatkan hasil untuk pengolahan data kualitas pelayanan jasa seperti tabel 10 berikut ini.

Tabel 10. Urutan Gap 5 Tiap Dimensi (Fakultas β)

Dimensi <i>ServQual</i>	Variabel Pertanyaan	Nilai Gap 5
<i>Assurance</i> (Jaminan)	1, 7, 8, 9, 22, 31, 32, 36, 37	-1,12
<i>Reliability</i> (Keandalan)	5, 6, 10, 11, 13, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 35	-1,15
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	2, 3, 12, 17, 18	-1,16
<i>Empathy</i> (Empati)	4, 14, 15, 16, 29, 30, 33, 34	-1,22
<i>Tangibles</i> (Keadaan Fisik)	38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45	-1,26





➤ Analisis Perbandingan (Kualitas Pelayanan Jasa)

Dengan melihat kedua hasil pengolahan diatas (Tabel 9 & Tabel 10), terlihat jelas perbedaan hasil diantara keduanya. Untuk kualitas pelayanan jasa pada tabel 9 memiliki nilai $gap\ 5 < -1$ untuk tiap dimensi. Sedangkan untuk kualitas pelayanan jasa pada tabel 10 memiliki nilai $gap\ 5 > -1$ untuk tiap dimensinya.

Walaupun demikian, baik Jurusan **X** atau Fakultas **β**, keduanya sama-sama memiliki kualitas pelayanan jasa yang kurang baik. Hal tersebut dikarenakan masih adanya *gap* yang bertanda minus (-). Selain itu, Jurusan **X** dan Fakultas **β** juga memiliki prioritas utama yang sama untuk perbaikan yaitu dimensi “*Tangibles* (Keadaan Fisik)”.

Jika kedua hasil penelitian tersebut dibandingkan secara keseluruhan maka dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan jasa di Jurusan **X** Universitas **Y** lebih baik daripada kualitas pelayanan jasa di Fakultas **β** salah satu Universitas di Jawa Barat.

b. Analisis Pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI)

➤ Jurusan **X** Universitas **Y**

Berdasarkan hasil pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI) di Jurusan **X** Universitas **Y**, didapatkan nilai CSI sebesar 71,25%. Nilai tersebut berada pada *range* 0,66-0,80 berdasarkan kriteria *range* indeks kepuasan pelanggan (lihat tabel 2). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan jasa di Jurusan **X** Universitas **Y** berdasarkan 5 dimensi *ServQual* secara keseluruhan berada pada kriteria “Puas”.

➤ Fakultas **β** Salah Satu Universitas di Jawa Barat

Berdasarkan hasil pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI) di Fakultas **β** Salah Satu Universitas di Jawa Barat, didapatkan nilai CSI sebesar 66%. Nilai tersebut berada pada *range* 0,66-0,80 berdasarkan kriteria *range* indeks kepuasan pelanggan (lihat tabel 2). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan jasa di Fakultas **β** berdasarkan 5 dimensi *ServQual* secara keseluruhan berada pada kriteria “Puas”.

➤ Analisis Perbandingan (Tingkat Kepuasan Mahasiswa)

Dengan melihat kedua hasil pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa diatas, secara kriteria, Jurusan **X** dan Fakultas **Y** memiliki kriteria hasil pengukuran yang sama yaitu puas. Akan tetapi jika dilihat perbandingan diantara keduanya, Jurusan **X** lebih baik dalam memberikan kepuasan kepada mahasiswanya dibandingkan dengan Fakultas **β**.

Secara keseluruhan, baik dilihat dari kualitas pelayanan jasa maupun tingkat kepuasan mahasiswa, pelayanan yang diberikan oleh Jurusan **X** Universitas **Y** lebih baik dibandingkan dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh Fakultas **β** Salah Satu Universitas di Jawa Barat.

c. Analisis Keseluruhan

Kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh Jurusan **X** Universitas **Y** dan Fakultas **β** kepada mahasiswa kurang baik, akan tetapi tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan tersebut berada pada kriteria “puas”. Hal ini disebabkan oleh kriteria antara baik atau tidaknya suatu kualitas pelayanan dengan kriteria tingkat kepuasan





pelanggan pada tabel 2.2 berbeda tolak ukurnya.

Kualitas pelayanan dikatakan sangat baik apabila nilai *gap* nya lebih besar dari nol atau lebih dari ekspektasi pelanggan. Apabila nilai kenyataan lebih kecil dari harapan, maka akan dikatakan kurang baik atau bahkan buruk. Sedangkan untuk tingkat kepuasan pelanggan, pelanggan sudah merasa cukup puas bila kenyataan pada tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan $> 50\%$ dan akan merasa sangat puas bila kenyataan yang dirasakan mencapai 100% .

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil pengolahan data serta hasil analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil meliputi:

1. Terdapat 57 (lima puluh tujuh) variabel yang bisa digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan jasa dalam sistem pengajaran di Jurusan X Universitas Y sesuai dengan 5 (lima) dimensi *ServQual*.
2. Dalam penelitian ini hanya digunakan *gap* 5 untuk mengukur kualitas pelayanan jasa. Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat dikatakan bahwa pelayanan jasa di Jurusan X Universitas Y belum mampu memenuhi harapan dari mahasiswanya. Akan tetapi kualitas pelayanan jasa di Jurusan X Universitas Y lebih baik dibandingkan dengan kualitas pelayanan jasa di universitas pembanding.
3. Mahasiswa sudah merasa puas dengan pelayanan jasa di Jurusan X Universitas Y, begitu juga dengan universitas pembanding. Jika kedua universitas dibandingkan berdasarkan tingkat kepuasan mahasiswanya, Jurusan X Universitas Y lebih baik daripada universitas pembanding. Hal itu dapat dilihat dari nilai *Customer Satisfaction Index* pada Jurusan X Universitas Y lebih

besar dibandingkan Fakultas β yaitu $71,25\% > 66\%$.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan jasa dalam sistem pengajaran ini, peneliti ingin memberikan beberapa saran yang mungkin akan berguna untuk penelitian berikutnya atau bahkan untuk pihak Jurusan X Universitas Y. Saran-saran tersebut meliputi:

1. Setelah dilakukannya penelitian ini diharapkan pihak Jurusan X dapat mempertimbangkan dahulu sebelum melakukan perbaikan-perbaikan mengenai pelayanan jasa dalam sistem pengajaran. Agar perbaikan yang dilakukan nantinya akan menjadikan kualitas layanan menjadi lebih baik dan bermanfaat serta penggunaannya lebih optimal.
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode lain seperti *student satisfaction inventory*, *fuzzy*, *six sigma* dan metode-metode lainnya yang dapat digunakan sebagai pembanding dengan metode pada penelitian ini atau bahkan bisa dikombinasikan.
3. Kelemahan penelitian ini yaitu pada subjektivitas jawaban yang diberikan oleh responden. Sehingga hasilnya akan selalu menunjukkan harapan lebih besar dari kondisi saat ini. Karena responden selalu menginginkan hasil yang lebih baik kedepannya. Selain itu, penelitian ini hanya membahas *gap* 5 sehingga masih perlu dilakukan penelitian terhadap *gap* 1 sampai *gap* 4 untuk menyempurnakan penelitian ini. Kelemahan lain yaitu pada *brain storming* yang hanya sebatas mahasiswa tanpa melibatkan pihak Jurusan. Akan tetapi, kelebihan dari penelitian ini yaitu pada prioritas perbaikan yang akan dilakukan lebih jelas setelah dilakukan penelitian ini.





DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, Gregorius, dkk. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Guilford, J. P dan Benjamin Fruchter. 1978. *Fundamental Statistics in psychology and education*. Tokyo: Mc Graw-Hill Kogakusha, Ltd.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Krisna, Farizaliandy. 2010. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa di FTIK UNIKOM Bandung*. Tugas Akhir. FTIK UNIKOM Bandung.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Riset Pemasaran, Cetakan ke-6*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Soetjipto, Budi W. 1997. *Service Quality*. Manajemen Usahawan - Lembaga Management FE 15 UI. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management*. Yogyakarta: Andi Offset.

